

## **Lead Generierung – Die Lösung für mehr Kunden und Umsatz**

Der Lead-Hype wird immer größer und die Nachfrage an erfolgreichen Maßnahmen zur Lead Gewinnung steigt ständig.

Auf dieser Seite geht es um das Thema Lead Generierung und welche Maßnahmen am sinnvollsten sind, um erfolgreich Leads zu gewinnen.

Doch eignet sich Lead Generierung als Lösung für erfolgreiche Neukundengewinnung?

*„Wenn man erfolgreich sein möchte, sollte man lieber auf neue Wege ausscheren, als die ausgewaschenen Pfade des akzeptierten Erfolgs zu bereisen.“ - Timothy Ferriss*

Da für jedes Unternehmen Leads etwas anderes sind, halten wir kurz fest, was Leads aus unserer Sicht sind: Aus FLYMINT Sicht sind Leads potentielle Kunden, die Interesse an einem Produkt oder einer Dienstleistung gezeigt haben. Natürlich können die Lead-Definitionen je nach Unternehmen abweichen. Zum Beispiel kann...

- Ein Lead als Erstkontakt zwischen dem möglichen Neukunden und dem Unternehmen bezeichnet werden
- Nach der Erstanmeldung für eine Kontaktannahme oder Neukundenregistrierung der Kunde als Lead bezeichnet werden
- Auch das Anwerben von Neukunden von vielen als Lead Generierung bezeichnet werden

Wie man die Definition setzt, ist firmenabhängig und jedem selbst überlassen. Wir wollen Klarheit in das Thema bringen und zeigen, wie FLYMINT erfolgreich Leads generiert und die Frage klären:

Wie mache ich eine mir unbekannte Person zum Interessenten für mein Produkt oder Dienstleistung?

### **1000 Wege führen nach Rom – Maßnahmen zur erfolgreichen Lead Generation**

Leads können auf unterschiedliche Weise generiert werden. Doch zunächst sollte klar sein, dass man seine Zielgruppe kennen sollte und Content und Produkte entsprechend darauf ausgerichtet sein sollten. Das Ziel sollte also sein, den Schmerzpunkt ausfindig zu machen und die Probleme der Zielgruppe zu lösen. Je größer der Mehrwert für die Besucher, desto eher können sie sich mit Ihnen identifizieren und sind am Ende dazu bereit, bei Ihnen aktiv zu werden. Wenn dies gelungen ist, hat man eine gute Grundlage um Leads zu generieren.

Doch welche Möglichkeiten gibt es nun, um Leads zu gewinnen? Wir möchten Ihnen 2 Inbound-Maßnahmen vorstellen, mit denen man Leads generieren kann.

#### **1. Freebie – ein unwiderstehliches Angebot**

Zum einen können potentielle Kunden über ein Freebie gewonnen werden. Für eine gute Internetpräsenz ist eine professionelle Website erforderlich. Sie werden von Ihren Besuchern über bestimmte Keywords gefunden und diese gelangen so auf Ihre Homepage. Ist der Content interessant, verweilen sie auf der Website und holen sich einen Eindruck von Ihnen. Jede professionelle Website sollte einen Call-to-action besitzen, um Ihre Besucher zum Handeln zu begeistern. Wenn Sie beispielsweise ein Garten-Center betreiben, können Sie auf Ihrer Website als Anreiz ein kleines E-Book mit den Namen „10

Wege Ihren Garten vor Unkraut zu bewahren“ anbieten. Als Gegenleistung erhalten Sie dafür die E-Mail-Adresse von dem Besucher.

## **2. E-Mail-Marketing: In der Liste liegt das Geld**

Eine andere Möglichkeit wäre ein Newsletter. E-Mail-Marketing ist im B2C sehr beliebt. Viele Marketing-Profis schwören auf die E-Mail-Liste. Es heißt: „In der Liste liegt das Geld“. Doch ist E-Mail-Marketing auch im B2B umsetzbar? Unsere Antwort ist ein deutliches Ja. Andere große B2B-Unternehmen wie Park7 machen es vor. Und auch wir versorgen unsere Interessenten mit zielgruppenspezifischem Content. Es ist eine gute Möglichkeit Verbindung zu den Interessenten aufzunehmen und Vertrauen aufzubauen.

Zuletzt unsere Geheimwaffe für schwierige Branchen und erklärungsbedürftige Produkte:

## **3. Lead Generierung nach dem FLYMINT-Prinzip**

Wenn Sie Interesse an professioneller Lead Generierung haben, steht Ihnen FLYMINT als Berater und Umsetzer zur Seite. Wir stellen Ihnen unser Expertenwissen aus über 10 Jahren gerne zur Verfügung und begleiten Sie bei kleinen und großen Projekten.

Erfolgreiche Lead Generation a la FLYMINT:

1. Gute Adressbasis schaffen – wir übernehmen die Recherche vom richtigen Ansprechpartner.
2. Überprüfen, ob die Recherche richtiggemacht wurde.
3. Personalisierte Briefe schreiben für die Ansprechpartner.
4. Zielgruppenspezifischer Online-Dialog.
5. Nachfassen der interessierten Ansprechpartner.
6. Termin ausmachen.

## **Lead Generierung am Beispiel von PURL-Marketing**

PURL-Marketing bedeutet das Benutzen von persönlichen URLs zur Neukundenansprache. Seit über 10 Jahren generieren wir damit erfolgreich für uns selbst und für unsere Kunden Leads. Response-Raten von 30-50% sind keine Seltenheit. Erfahren Sie mehr von unserem Bestseller:

<https://flymint.com/leistungsportfolio/purl-marketing-kampagnen.html>